

Projeto: 1º SEMESTRE 2020 (2020/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 1º SEMESTRE
Disciplina: 5ADM0991 EMPREENDEDORISMO
Carga Horária: 80
Coordenador: ELIANE ZANONI

Os desafios do Empreendedor. Panorama do Empreendedorismo. Oportunidades Empreendedoras. Plano de Negócios.

Objetivos

Geral:
Compreender os fundamentos, processos, desafios e tendências do empreendedorismo e sua importância para a gestão de negócios.
Específicos:
Conhecer o contexto histórico e as tendências do empreendedorismo no Brasil e no mundo.
Estudar as etapas que constituem um plano de negócios e sua importância para o negócio.
Entender os processos inerentes ao empreendedorismo a fim de utilizá-los em prol da tomada de decisão e da busca pelo sucesso organizacional.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Panorama do Empreendimento:
Conceito; Origem; Evolução do Empreendedorismo - Contexto Nacional e mundial; Perfil Empreendedor; Atitudes e Habilidades Empreendedoras; Intraempreendedor x empreendedor; Organização intraempreendedora; desenvolvendo perfil empreendedor dentro da organização; O processo empreendedor; as diferentes maneiras de empreender; Empreendedorismo Social x Corporativo; Práticas de Empreendedorismo (Brasil x Mundo).

Unidade 2 - Oportunidade Empreendedoras:
Como gerar ideias de negócios; Fontes, obtenção e ideias; como reconhecer oportunidades de negócio; como avaliar oportunidades de negócio; definir o diferencial competitivo, o modelo de negócios e a estratégia futura da empresa; Negócios de escala; Linha de produtos / serviços; Mercado e Consumidor; Segmentação; Análise do setor; Nicho de mercado; Público-Alvo; Análise dos Competidores; Pesquisa de mercado; Estrutura de um plano de negócios.

Unidade 3 - Plano de Negócios:
Principais processos de negócio da empresa; Infraestrutura, Tecnologia, Equipamentos e Layout; Estrutura Organizacional; Apresentação da Equipe; Necessidades de RH; Principais conceitos de marketing; Estratégia de marketing (4P's); Criação e posicionamento da marca; Relacionamento com a mídia; Marketing de guerrilha; Investimento em Marketing; Demonstrações Contábeis (Balanço e DRE projetados); Fluxo de caixa projetado; Índices Financeiros (VPL, TIR, ROE, etc.); Outras formas de Valuation do negócio; Principais falhas do planejamento financeiro; Formas de levantar capital; Fontes de captação de recursos; Angels e Venture Capitalists; Programas do Governo (FINEP, BNDES, etc.); Capital próprio, de familiares e amigos; Linhas de crédito bancário; Órgão de fomento; Capital de Risco; Investimento Anjo e Venture Capital; Processo de Investimentos; Valuation; Fontes criativas de recursos; Crowdfunding.

Unidade 4 - Os Desafios do Empreendedor:
Organização dos processos da empresa; Ferramentas de gestão; Assessoria à gestão (SEBRAE, Cooperativas, Incubadoras, Franquias, etc.); Questões Jurídicas; Venda consultiva x venda transacional; Canais de Distribuição; E-commerce; Representantes de vendas; Vendas; Multimarcas; Processos de vendas; Relacionamento com cliente; Visual merchandising; Clico de vendas; Funil de vendas; Construindo e gerenciando equipe de vendas; Conceito de Startup e projetos solidários; Desafios da inovação; Clima de Inovação; Cultura de inovação; Como a inovação tecnológica pode ajudar o empreendedor; Novas configurações de empresa; Inovar x Empreender x Sustentar Negócios; Discussão sobre os desafios do empreendedorismo e da carreira empreendedora.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, que integra diferentes momentos didáticos, promovendo a revisão de conteúdos, o diagnóstico do aproveitamento e o aprofundamento da compreensão dos conceitos trabalhados, por meio de proposições via conteúdo web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes. Um destes momentos é a Aula mediada (teleaula), em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, permitindo e estimulando trocas de experiências e conhecimentos. Nessa

jornada acadêmica o aluno é desafiado à realização de atividades que o auxiliam a fixar, correlacionar e sistematizar os conteúdos da disciplina por meio de avaliações virtuais. A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, viabiliza ações para favorecer o processo de ensino e aprendizagem de modo a desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por dezesseis questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre. A elaboração da Produção Textual corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 3000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades.

Bibliografia Básica

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo, transformando ideias em negócios. 7 ed. São Paulo: Empreende, 2018.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2014.

PATRÍCIO, P. S.; CANDIDO, C. R. (Orgs.). Empreendedorismo: uma perspectiva multidisciplinar. Rio de Janeiro: LTC, 2016.

INNOVATION : THE MAGAZINE OF RESEARCH & TECHNOLOGY / NATIONAL UNIVERSITY OF SINGAPORE. 2000-. ISSN: 0219-4023. Industrial Engineering. [EBSCO Host].

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO. 2010-. ISSN: 0080-2107, 1984-6142. Political Science & Studies. [EBSCO Host].

UNIVERSITY BUSINESS. 2001-. ISSN: 1097-6671, 2162-6642. Educational Administration. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

BERNARDI, L. A. Empreendedorismo e armadilhas comportamentais: casualidades, emoções e complexidade. São Paulo: Atlas, 2015.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 3 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

JULIANO, M. de C. Empreendedorismo. Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.

REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS. 2007-. ISSN: 1806-4892, 1983-0807. Management. [EBSCO Host].

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS. 1961-. ISSN: 0034-7590, 2178-938X. Management. [EBSCO Host].

REVISTA IBERO-AMERICANA DE ESTRATÉGIA. 2011-. ISSN: 2176-0756. Business (General). [EBSCO Host].

Projeto: 1º SEMESTRE 2020 (2020/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 1º SEMESTRE
Disciplina: 5ADM0992 GESTÃO DE PROJETOS
Carga Horária: 70
Coordenador: ELIANE ZANONI

Conceitos Gerais sobre Gestão de Projetos. Gerenciamento de Escopo, tempo e custos em projetos; Gerenciamento de qualidade, recursos humanos e comunicação em projetos; Gerenciamento de riscos, aquisições e sustentabilidade em projetos.

Objetivos

Geral:
Compreender a estrutura de elaboração, gerenciamento e controle de projetos.

Específicos:
Estudar o gerenciamento de projetos a partir da tríade escopo, tempo e custos.
Analisar os aspectos relacionados à qualidade, pessoas e comunicação na gestão dos projetos.
Gerenciar riscos, aquisições e sustentabilidade em projetos.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Conceitos gerais sobre gestão de projetos
Projeto: evolução, conceitos e características;
Sucesso de um projeto e principais causas das falhas dos projetos;
Boas práticas: Guias de conhecimento em gestão de projetos. Introdução ao PMI, guia PMBOK. Estrutura funcional (organograma) e escritórios de gestão;
Planejamento do projeto: Ciclo de Vida de um Projeto - ambiente e etapas. Gestão da integração do projeto.

Unidade 2 - Gerenciamento de Escopo, Tempo e Custos em Projetos:
Gestão do escopo do produto e do projeto: requisitos, definição, estrutura e controle;
Gestão de tempo do projeto: desdobrar a Estrutura Analítica do Projeto em atividades; e cronograma;
Financiamento e Viabilidade do projeto. Formas de financiamento de projetos;
Gestão de custos: orçamento, custos, controle e avaliação de desempenho.

Unidade 3 - Gerenciamento de Qualidade, Recursos Humanos e Comunicação em Projetos:
Gestão da qualidade do projeto: conceito, planejamento, garantia e controle. Ferramentas;
Competências aplicadas, competências individuais e dos times em Gestão de Projetos. Modelo integrado de competências;
Gestão dos recursos humanos do projeto: divisão de funções, formação da equipe, aspectos comportamentais e resolução de conflito;
Gestão da comunicação do projeto: framework Integrado de Comunicações. Conceito emissor-receptor. Stakeholders. Distribuição da informação e geração de relatórios de desempenho.

Unidade 4 - Gerenciamento de Riscos, Aquisições e Sustentabilidade em Projetos:
Gestão dos riscos do projeto: conceitos, fases iniciais da gestão de riscos, análise qualitativa e quantitativa dos riscos, controle dos riscos;
Gestão das aquisições do projeto: tipos de contrato; o que, quando, como, quanto e sob quais condições comprar; seleção e administração de contratos;
Gestão da sustentabilidade do projeto: conceito, gerenciamento e alinhamento das áreas de conhecimento;
Gerenciamento de portfólio de projeto: projetos simultâneos, priorização e fatores estratégicos.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, que integra diferentes momentos didáticos, promovendo a revisão de conteúdos, o diagnóstico do aproveitamento e o aprofundamento da compreensão dos conceitos trabalhados, por meio de proposições via conteúdo web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes. Um destes momentos é a Aula mediada (teleaula), em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, permitindo e estimulando trocas de experiências e conhecimentos. Nessa

jornada acadêmica o aluno é desafiado à realização de atividades que o auxiliam a fixar, correlacionar e sistematizar os conteúdos da disciplina por meio de avaliações virtuais. A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, viabiliza ações para favorecer o processo de ensino e aprendizagem de modo a desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por dezesseis questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre. A elaboração da Produção Textual corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 3000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades.

Bibliografia Básica

BREMER, C. et al. Gestão de projetos: uma jornada empreendedora da prática à teoria. São Paulo: Atlas, 2017.

CARVALHO, M. M de. RABECHINI JR, R. Fundamentos em gestão de projetos: construindo competências para gerenciar projetos. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2019.

KERZNER, H. Gestão de projetos: as melhores práticas. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

JOURNAL OF MODERN PROJECT MANAGEMENT. 2016-. ISSN: 2317-3963. Project Management. [EBSCO Host].

REVISTA DE GESTÃO E PROJETOS. 2011-. ISSN: 2236-0972. Management. [EBSCO Host].

REVISTA ELETRÔNICA DE CIÊNCIA ADMINISTRATIVA. 2010-. ISSN: 1677-7387. Management. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

GIDO, J.; CLEMENTS, J.; BAKER, R. Gestão de projetos. 3 ed. São Paulo: Cengage, 2018.

MENEZES, L. C. de M. Gestão de projetos: com abordagem dos métodos ágeis e híbridos. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2018.

PAES, E. S.; VILGA, V. F. Gestão de projetos. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2017.

GESTÃO E PLANEJAMENTO. 2015-. ISSN: 1516-9103, 2178-8030. Management. [EBSCO Host].

JOURNAL OF INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGY MANAGEMENT / REVISTA DE GESTÃO DA TECNOLOGIA E SISTEMAS DE INFORMAÇÃO. 2004-. ISSN: 1809-2640, 1807-1775. Management. [EBSCO Host].

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS. 1961-. ISSN: 0034-7590, 2178-938X. Management. [EBSCO Host].

Projeto: 1º SEMESTRE 2020 (2020/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 1º SEMESTRE
Disciplina: 5ADM0993 MODELOS DE GESTÃO
Carga Horária: 70
Coordenador: ELIANE ZANONI

Modelos de Gestão e Processos gerenciais: a evolução da Administração e a atuação do gestor. Planejamento: processo, tecnologias e ferramentas de gestão e tendências. Organização: processo, tecnologias e ferramentas de gestão e tendências. Coordenação e Controle: processos, tecnologias e ferramentas de gestão e tendências.

Objetivos

Geral:
Compreender os fundamentos, aspectos, tendências e aplicação dos processos gerenciais, bem como as ferramentas administrativas e tecnologias facilitadoras.

Específicos:
Entender a evolução da administração e a importância da atuação do gestor nos processos de gestão.
Aplicar os conceitos, tecnologias e ferramentas administrativas a fim de otimizar as atividades gerenciais e a tomada de decisão no cotidiano organizacional.
Conhecer as tendências de modelos de gestão passíveis de implementação na organização.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Modelos de Gestão e Processos Gerenciais - A Evolução da Administração e a Atuação do Gestor
Evolução da Administração. A figura do gerente e os processos gerenciais na atuação do gestor. Habilidades gerenciais. Papéis de gerente; A atuação do gestor como tomador de decisão e como agente de mudança organizacional. Aspectos da gestão orientada por questões Socioambientais e de Sustentabilidade, de Ética, de Saúde e segurança do trabalhador e de Governança Corporativa;
Tendências em modelos de gestão: Gestão da Diversidade. Gestão de Talentos. Gestão de Gerações;
Tendências em modelos de gestão: Lean Innovation Management. Strategically Thinking Skills. Gestão Transparente.

Unidade 2 - Planejamento: Processo, Tecnologias e Ferramentas de Gestão e Tendências
Conhecer os aspectos e a atuação do gestor como agente de mudança e como tomador de decisão e conhecer o processo de Planejamento como meio de o gestor promover as mudanças organizacionais;
Planejamento: evolução e a atuação do gestor;
Tipologia, processo e aspectos da prática de Planejamento: estratégico, tático e operacional;
Tecnologias e ferramentas de gestão para o processo de Planejamento;
Aspectos emergentes da atuação do gestor no processo de Planejamento. Tendências: Gestão de Projetos. Gestão da Inovação;
Planejamento por meio de um projeto.

Unidades 3 - Organização: Processo, Tecnologias e Ferramentas de Gestão e Tendências
Conhecer os aspectos e a atuação do gestor no processo de Organização como meio para garantir a realização das atividades do planejamento;
Organização: evolução e a atuação do gestor;
Tipologia, processo e aspectos da prática da Organização: modelagem do trabalho, amplitude de controle;
Tecnologias e ferramentas de gestão para o processo de Organização. Administração participativa e Empowerment;
Aspectos emergentes da atuação do gestor no processo de Organização. Estrutura em rede. Estrutura virtual. Estrutura sem fronteiras.
Estrutura organizacional invertida (voltada para o cliente). Modalidades de Trabalho Flexíveis;
Organização de um programa de trabalho flexível.

Unidade 4 - Coordenação e Controle: Processos, Tecnologias e Ferramentas de Gestão e Tendências
Conhecer os aspectos e a atuação do gestor nos processos de Coordenação e de Controle como meios para conduzir os planos e acompanhar e medir o desempenho em relação aos objetivos do planejamento;
Tipologia, processo e aspectos da prática de Coordenação na atuação do gestor;
Tipologia, processo e aspectos da prática de Controle na atuação do gestor;
Tecnologias e ferramentas de gestão para os processos de Coordenação e de Controle. Sistemas Integrados;
Aspectos emergentes da atuação do gestor nos processos de Coordenação e de Controle. Balanced Scorecard. Mapas Conceituais e Mapas Mentais. Gestão da Performance;
Projeto de um programa de Balanced Scorecard, utilizando princípios da Gestão da Performance.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, que integra diferentes momentos didáticos, promovendo a revisão de conteúdos, o diagnóstico do aproveitamento e o aprofundamento da compreensão dos conceitos trabalhados, por meio de proposições via conteúdo web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes. Um destes momentos é a Aula mediada (teleaula), em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, permitindo e estimulando trocas de experiências e conhecimentos. Nessa jornada acadêmica o aluno é desafiado à realização de atividades que o auxiliam a fixar, correlacionar e sistematizar os conteúdos da disciplina por meio de avaliações virtuais. A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, viabiliza ações para favorecer o processo de ensino e aprendizagem de modo a desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por dezesseis questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre. A elaboração da Produção Textual corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 3000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades.

Bibliografia Básica

CHIAVENATO, I. Teoria geral da administração: abordagens prescritivas e normativas - volume I. 7 ed. Barueri: Manole, 2014.
MAXIMIANO, A. C. A. Fundamentos da administração: introdução à teoria geral e aos processos da administração. 3 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

RIBEIRO, A. L. Teorias da administração. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

BRAZILIAN BUSINESS REVIEW (PORTUGUESE EDITION). 2004-. ISSN: 1807-734X. Management. [EBSCO Host].

RAC. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA. 2007-. ISSN: 1415-6555, 1982-7849. Management. [EBSCO Host].

RAUSP MANAGEMENT JOURNAL. 2018-. ISSN: 2531-0488. Management. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

LAASCH, O.; CONAWAY, R. N. Fundamentos da gestão responsável: sustentabilidade, responsabilidade e ética. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

RODRIGUES, E. de A. Modelos de gestão. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.

TURBAN, E.; VOLONINO, V. Tecnologia da informação para gestão: em busca do melhor desempenho estratégico e operacional. 8 ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

ADMINISTRATIVE SCIENCE QUARTERLY. 1956-. ISSN: 0001-8392, 1930-3815. Organizational Studies, Management. [EBSCO Host].

INFORMATION MANAGEMENT JOURNAL. 1999-. ISSN: 1535-2897, 2155-3505. Management. [EBSCO Host].

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS. 1961-. ISSN: 0034-7590, 2178-938X. Management. [EBSCO Host].

Projeto: 1º SEMESTRE 2020 (2020/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 1º SEMESTRE

Disciplina: 5DIR0250 LEGISLAÇÃO SOCIAL E TRABALHISTA

Carga Horária: 70

Coordenador: ELIANE ZANONI

A tutela dos direitos dos trabalhadores na atualidade. Contrato e jornada de trabalho. O trabalho remunerado e o direito ao descanso. Término do contrato de trabalho e autonomia privada coletiva.

Objetivos

Geral:

Compreender os fundamentos jurídicos aplicados às relações trabalhistas.

Específicos:

Entender os aspectos jurídicos ligados à tutela dos direitos dos trabalhadores na atualidade.

Apreender os conceitos e efeitos jurídicos das características do contrato de trabalho, da jornada de trabalho e da remuneração.

Conhecer as modalidades de término do contrato de trabalho e as principais normas aplicadas à autonomia privada coletiva.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - A tutela dos direitos dos trabalhadores na atualidade:

Fundamentos e conceito do direito do trabalho. Tendências atuais do Direito do Trabalho (flexibilização e desregulamentação); conceito e princípios do Direito do Trabalho. Renúncia e transação.

Relação de trabalho: conceito de relação de trabalho; relação de trabalho autônomo; trabalho avulso e eventual.

Relação de emprego: conceito e caracterização da relação de emprego. Empregado e Empregador. Altos Empregados. Teletrabalho.

Unidade 2 - Contrato e jornada de trabalho:

Contrato e jornada de trabalho: características do contrato de trabalho; modalidades de contratação.

Suspensão e interrupção do contrato de trabalho: semelhanças e diferenças; hipóteses de interrupção.

Acidente de Trabalho; Doença do Trabalho e Doença Profissional. Auxílio doença e aposentadoria por invalidez. Estabilidade Provisória do Acidentado.

Jornada de trabalho: categorias de trabalhadores; regime de teletrabalho; prorrogação de jornada; compensação de jornada; banco de horas; trabalho noturno; descanso proporcionado pelos intervalos.

Unidade 3 - O trabalho remunerado e o direito ao descanso:

Remuneração e salário: conceito e natureza jurídica de remuneração e salário.

Equiparação salarial: aplicabilidade do instituto jurídico trabalhista; substituição eventual de empregados; instituto da transferência de empregados.

Repouso semanal remunerado e férias: o direito ao descanso; descanso semanal remunerado (DSR); férias; férias coletivas.

Unidade 4 - Término do contrato de trabalho e autonomia privada coletiva:

Término do contrato de trabalho e autonomia privada coletiva: modalidades de extinção do vínculo empregatício; o direito coletivo (papel dos sindicatos e as negociações coletivas).

Resolução contratual - rescisão indireta e justa causa: as hipóteses que configuram a justa causa empresarial; as hipóteses de justa causa aplicadas ao empregado; extinção por acordo entre empregado e empregador; homologação do acordo extrajudicial.

Direito Coletivo de trabalho: conceito de sindicato, negociação coletiva e greve; Convenção Coletiva de Trabalho; Acordo Coletivo de Trabalho.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, que integra diferentes momentos didáticos, promovendo a revisão de conteúdos, o diagnóstico do aproveitamento e o aprofundamento da compreensão dos conceitos trabalhados, por meio de proposições via conteúdo web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes. Um destes momentos é a Aula mediada (teleaula), em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, permitindo e estimulando trocas de experiências e conhecimentos. Nessa jornada acadêmica o aluno é desafiado à realização de atividades que o auxiliam a fixar, correlacionar e sistematizar os conteúdos da disciplina por meio de avaliações virtuais. A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, viabiliza ações para favorecer o

processo de ensino e aprendizagem de modo a desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por dezesseis questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre. A elaboração da Produção Textual corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 3000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades.

Bibliografia Básica

CHIAVENATO, I. Remuneração, benefícios e relações de trabalho. 7. ed. Barueri: Manole, 2015.

GARCIA, R. G. Manual de rotinas trabalhistas: problemas práticos na atuação diária. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MARTINEZ, L. Curso de direito do trabalho. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

ACTUALIDAD JURIDICA (URIA & MENENDEZ). 2002-. ISSN: 1578-956X, 2174-0828. Corporate Law. [EBSCO Host].

BENEFITS LAW JOURNAL. 2001-. ISSN: 0897-7992. Employment Law. [EBSCO Host].

HARVARD HUMAN RIGHTS JOURNAL. ISSN: 1057-5057, 1943-5088. Human Rights. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

MACHADO, C. (Org.); ZAINAGHI, D. S. (Coord.). CLT interpretada: artigo por artigo, parágrafo por parágrafo. 9. ed. Barueri: Manole, 2018.

RENZETTI, R. Direito do trabalho: teoria e questões práticas. 5. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2018.

TESTA, J. C. da S. V. Legislação social e trabalhista. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2018.

ADMINISTRATIVE & REGULATORY LAW NEWS. 2009-. ISSN: 1544-1547, 2163-1743. Law. [EBSCO Host].

LABOR LAW JOURNAL. ISSN: 0023-6586. Employment Law. [EBSCO Host].

MODERN LAW REVIEW. 1997-. ISSN: 0026-7961, 1468-2230. Law. [EBSCO Host].

Projeto: 1º SEMESTRE 2020 (2020/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 1º SEMESTRE

Disciplina: 5EDI0083 ED - LÓGICA MATEMÁTICA

Carga Horária: 10

Coordenador: GRACE KELLY NOVAIS BOTELHO

Objetivos

Geral:

-Apresentar a Lógica Matemática, sua linguagem e simbologia específica.

Específicos:

- Promover a compreensão dos mecanismos lógicos de representação e de análise;
- Apresentar os principais métodos e técnicas utilizadas na Lógica Matemática;
- Raciocinar e comunicar claramente, de modo efetivo, reconhecendo a linguagem lógica matemática como instrumento de apoio nas resoluções de problemas do cotidiano.

Conteúdo Programático

Linguagem específica e simbologia. Argumento. Proposições e frases. Validade e verdade. Silogismo e seus diferentes tipo. Conectivos nas proposições. Tabela verdade. Operações lógicas das proposições. Construindo tabelas verdade. Validade de um argumento mediante tabela verdade. Desenvolvimento do raciocínio.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações de para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem para desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, para as disciplinas de Estudos Dirigidos, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 11.000 pontos na média final da disciplina.

II - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Estudo do Conteúdo Web e Avaliações Virtuais, que corresponde a 3000 pontos na média final da disciplina.

Bibliografia Básica

BARBOSA, Marcos Antônio. Introdução à lógica matemática para acadêmicos [livro eletrônico]. Curitiba: Intersaberes, 2017. (Série Matemática em Sala de Aula).

LEITE, Álvaro Emilio; CASTANHEIRA, Nelson Pereira. Raciocínio lógico e lógica quantitativa [livro eletrônico]. Curitiba: Intersaberes, 2017. (Coleção Desmistificando a Matemática; v. 6).

MEDEIRO JUNIOR, Roberto José. Implicações didático-metodológicas em matemática lógica e abstração no ensino médio. [Livro eletrônico]. Curitiba: Intersaberes, 2016. (Série Matemática em Sala de Aula).

Acta Scientiarum Mathematicarum. ISSN: 0001-6969. General Interest. [HBSCO Host]

Algebra and Logic. ISSN: 0002-5232, 1573-8302. Mathematics. [HBSCO Host]

Advances in Decision Sciences. ISSN: 2090-3359, 2090-3367. Decision Science. [HBSCO Host]

Bibliografia Complementar

ZANIN, Vagner Luís. Raciocínio lógico e matemático. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional, 2016. [Biblioteca Virtual universitária 3.0 Pearson]

BUENO, José de França. Elementos da matemática. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional, 2017. [Biblioteca Virtual universitária 3.0 Pearson]

REIS, Silvia Marina Guedes dos. A matemática no cotidiano infantil: jogos e atividades com crianças de 3 a 6 anos para o desenvolvimento do raciocínio lógico-matemático. Campinas, SP. Papyrus, 2016. (Série Atividades). [Biblioteca Virtual universitária 3.0 Pearson]

Acta Applicandae Mathematicae. ISSN: 0167-8019, 1572-9036. Mathematics. [HBSCO Host]

Acta Mathematica. ISSN: 0001-5962, 1871-2509. Mathematics. [HBSCO Host]

Acta Mathematica Academiae Paedagogicae Nyíregyháziensis. ISSN: 0866-0182, 1786-0091. Mathematics. [HBSCO Host]

Projeto: 1º SEMESTRE 2020 (2020/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 1º SEMESTRE
Disciplina: 5EDU0739 EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
Carga Horária: 60
Coordenador: ELIANE ZANONI

Fundamentos da EaD: conceitos, mitos e verdades. O percurso do aluno na EaD. Processos. Principais atores. Ser aluno na modalidade a distância.

Objetivos

Geral:
Fornecer subsídios que viabilizem ao aluno conhecer o ensino a distância, seus recursos, ambientes, ferramentas e abrangência.

Específicos:
Levar ao aluno o conhecimento da importância da interatividade e aprendizagem autônoma.
Capacitar o aluno para a realização do autoestudo que o subsidia no desenvolvimento das atividades do curso.
Introduzir o aluno à estrutura da EaD, seus atores e ferramentas midiáticas.

Conteúdo Programático

Conhecendo a Educação a Distância
a) O conceito;
b) Mitos; e
c) Seu percurso.

Processos e Atores na Educação a Distância
a) Processos da EaD em sua Universidade;
b) Principais atores; e
c) "Eu" aluno na modalidade a distância.

Procedimentos Metodológico

O processo ensino-aprendizagem será conduzido adotando o conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:
Pré-aula, momento que antecede a aula, tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via webaula, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.
Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades para resolver situações-problema, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.
Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.
A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações de ensino-aprendizagem para desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado para a disciplina Educação a Distância, ofertada aos alunos da modalidade a distância, visa a avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias por meio de seu engajamento nas atividades previstas para a disciplina, sendo elas:
- Conteúdo web;
- Fórum; e
- Tele-aula.

Bibliografia Básica

CORREIA, R. A. R. Introdução à educação a distância. São Paulo: Cengage, 2016. (Minha Biblioteca).
MACHADO, D. P.; MORAES, M. G. de S. Educação a distância: fundamentos, tecnologias, estrutura e processo de ensino e aprendizagem. São Paulo: Érica, 2015. (Minha Biblioteca).
MESQUITA, D.; PIVA JR, D.; GARA, E. B. M. Ambiente virtual de aprendizagem: conceitos, normas, procedimentos e práticas pedagógicas no ensino a distância. São Paulo: Érica, 2014. (Minha Biblioteca).
EDUCAÇÃO. 2008-. ISSN: 0101-465X, 1981-2582. Teaching & Instruction. [EBSCO Host].
EDUCAÇÃO E REALIDADE. 2013-. ISSN: 0100-3143, 2175-6236. Teaching & Instruction. [EBSCO Host].
REVISTA BRASILEIRA DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO. 2005-. ISSN: 1414-5685, 2317-6121. Computer-Assisted Instruction, Teaching & Instruction. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

BEHAR, P. A. Competências em educação a distância. Porto Alegre: Penso, 2013. (Minha Biblioteca).
BORBA, M. C.; MALHEIROS, A. P. dos S.; AMARAL, R. B. Educação a distância online. 4.ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014. (Minha Biblioteca).
CASTRO, C. de M. Você sabe estudar? Quem sabe, estuda menos e aprende mais. Porto Alegre: Penso, 2015. (Minha Biblioteca).
AASA JOURNAL OF SCHOLARSHIP & PRACTICE. 2008-. ISSN: 1550-9850, 1931-6569. Teaching & Instruction. [EBSCO Host].
BROCK EDUCATION JOURNAL. 1999-. ISSN: 1183-1189, 2371-7750. Teaching & Instruction. [EBSCO Host].
CHANGE. 1990-. ISSN: 0009-1383, 1939-9146. Higher Education. [EBSCO Host].

Projeto: 1º SEMESTRE 2020 (2020/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 1º SEMESTRE

Disciplina: 5SOC0406 HOMEM, CULTURA E SOCIEDADE

Carga Horária: 70

Coordenador: ELIANE ZANONI

O Capitalismo: o surgimento de um novo mundo. As ciências sociais: formas de compreender o mundo. A consolidação da sociedade global. Sociedade, Exclusão e Direitos Humanos.

Objetivos

Geral:
Compreender as correntes teóricas que explicam o homem e a vida em sociedade, bem como os múltiplos significados de realidade social.

Específicos:
Compreender os impactos dos valores estabelecidos coletivamente sobre as determinações individuais;
Estabelecer ligação entre a sociedade e o indivíduo enquanto produto de uma cultura e de uma civilização construídas contextualmente;
Reconhecer o movimento dialético do mundo contemporâneo e as mudanças provenientes dessa era eminentemente digital.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - O Capitalismo - O surgimento de um novo mundo:
Declínio do feudalismo e a emergência do capitalismo comercial; O capitalismo e a racionalização do mundo; A distinção entre Ciências Naturais e Ciências Humanas; Antecedentes da revolução francesa; A revolução francesa e um novo modelo político; Antecedentes da revolução industrial; Revolução industrial e a consolidação de um novo modelo econômico; O capitalismo e a sociedade de classes; O contexto histórico de surgimento das ciências humana e sociais; O desenvolvimento da sociologia e seus principais pensadores.

Unidade 2 - As Ciências Sociais - Formas de compreender o mundo:
A busca da cientificidade da sociologia; As leituras de Durkheim, Weber e Marx; A explicação materialista da vida social; O trabalho como característica humana; Origem e desenvolvimento da sociedade capitalista; A acumulação primitiva e extração da mais-valia; O modo de produção: infraestrutura e superestrutura; A crítica marxista ao Estado; A dominação ideológica a partir de K. Marx; A experiência da alienação; A especificidade do fenômeno sociológico: o fato social; Os tipos de sociedade e as formas de solidariedade; A relação indivíduo-sociedade; O tipo ideal; O desenvolvimento do capitalismo moderno: o espírito capitalista e a ética protestante; Os três tipos puros de dominação legítima; Os tipos de desigualdade em perspectiva weberiana: classe, estamento e partido.

Unidade 3 - A Consolidação da Sociedade Global:
Antecedentes históricos; Pressupostos da globalização; Aspectos econômicos e sociais da globalização; Aspectos políticos e culturais da globalização; Acesso à informação e interconectividade global; Multiculturalismo e homogeneidade cultural; Globalização como processo disforme, heterogêneo e inacabado; Implicações ambientais da globalização; Aquecimento global; Cenários possíveis.

Unidade 4 - Sociedade, Exclusão e Direitos Humanos:
Reflexões sobre discriminação racial, sexual, social, de pessoas com deficiência e de gênero; Antropologia como ciência: definição, objetivos e histórico; Campos de estudo: antropologia biológica e antropologia cultural; A condição humana; Explicações deterministas & Explicações antropológicas; Cultura: definições iniciais, características da cultura; Explicações sobre a origem das diferenças culturais; A distinção entre país, estados e nação; Paulo Prado e a discussão sobre a identidade nacional; Etnocentrismo x Relativismo cultural; Conceitos de raça e etnia; A formação histórica e heterogênea do povo brasileiro; As heranças indígenas, portuguesa e africana; O mito da democracia racial; O preconceito como negação dos direitos humanos; Movimentos de resistência contra o preconceito e a discriminação no Brasil; A implantação de políticas afirmativas relacionadas às relações inter-étnicas: a Lei 11.645 e o Estatuto da Igualdade Racial e políticas públicas; Políticas afirmativas relacionadas à diversidade sexual, às questões de gênero e à pessoa com deficiência; Políticas afirmativas e as cotas como instrumentos de inclusão e de garantia dos direitos humanos.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, que integra diferentes momentos didáticos, promovendo a revisão de conteúdos, o diagnóstico do aproveitamento e o aprofundamento da compreensão dos conceitos trabalhados, por meio de proposições via conteúdo web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes. Um destes momentos é a Aula mediada (teleaula), em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, permitindo e estimulando trocas de experiências e conhecimentos. Nessa

jornada acadêmica o aluno é desafiado à realização de atividades que o auxiliam a fixar, correlacionar e sistematizar os conteúdos da disciplina por meio de avaliações virtuais. A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, viabiliza ações para favorecer o processo de ensino e aprendizagem de modo a desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por dezesseis questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre. A elaboração da Produção Textual corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 3000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades.

Bibliografia Básica

DEMO, P. Introdução à sociologia: complexidade, interdisciplinaridade e desigualdade social. São Paulo: Atlas, 2013.

MARCONI, M. de A.; PRESOTTO, Z. M. N. Antropologia: uma introdução. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

SCHAEFER, R. T. Sociologia. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

DEBATES EN SOCIOLOGÍA. 2007-. ISSN: 0254-9220, 2304-4284. Sociology. [EBSCO Host].

REVISTA MUNDOS DO TRABALHO. 2013-. ISSN: 1984-9222. Social History. [EBSCO Host].

SOCIOLOGICAL RESEARCH. 2013-. ISSN: 1061-0154, 2328-5184. Sociology. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

CIZOTO, S. A.; DIÉGUEZ, C. R. M. A.; PINTO, R. de O. Homem, cultura e sociedade. Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.

JACKSON, N. A.; TANSEY, S. D. Política. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

METCALF, P. Cultura e sociedade. São Paulo: Saraiva, 2015.

COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE. 2010-.ISSN: 0101-2657, 2175-7755. Communication, Sociology. [EBSCO Host].

JOURNAL OF CULTURAL DIVERSITY. 2003-. ISSN: 1071-5568. Sociology. [EBSCO Host].

POLÍTICAS CULTURAIS EM REVISTA. 2011-. ISSN: 1983-3717. Politics & Government (General). [EBSCO Host].

Projeto: 2º SEMESTRE 2020 (2020/2)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 2º SEMESTRE
Disciplina: 5ADM0996 GESTÃO DE PESSOAS
Carga Horária: 80
Coordenador: ELIANE ZANONI

Introdução à Gestão de Pessoas. Plano de Recrutamento e Seleção. Programa de Integração. Pesquisa de Clima Organizacional.

Objetivos

Geral:

Compreender a estrutura e os processos para agregar pessoas às organizações.

Específico:

Estudar os conceitos de cultura e clima organizacional e identificar os elementos de integração de pessoas na organização.

Conhecer estratégias de valorização criativas na área de gestão de pessoas.

Entender os fundamentos do recrutamento e seleção de pessoas.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Introdução à Gestão de Pessoas: começando a entender de Pessoas

Introdução e importância da atuação estratégica da área de gestão de pessoas; mudanças e transformações na área de recursos humanos; administração de talentos e capital intelectual nas organizações; compreendendo a cultura e o clima organizacional - a valorização das diferenças.

Unidade 2 - Plano de Recrutamento e Seleção

Fundamentos e o planejamento do recrutamento e seleção de recursos humanos; métodos e técnicas de seleção; resultados da seleção de pessoas; a entrevista de desligamento.

Unidade 3 - Programa de Integração

O mercado de trabalho e de recursos humanos; princípios e elementos de integração de pessoas na organização; técnicas e etapas de um programa de integração.

Unidade 4 - Pesquisa de Clima Organizacional (PCO)

Fundamentos da metodologia da PCO e as ferramentas de PCO; instrumentos de pesquisa na prática: os modelos de formulários; a montagem da PCO, as técnicas de análise e a decisão; divulgação dos resultados e o relatório de PCO: ações referentes aos resultados encontrados.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações de para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem para desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por dezesseis questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre e apresentada posteriormente em período determinado. A

elaboração da Produção Textual, corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 3000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades.

Bibliografia Básica

BARBIERI, U. F. Gestão de pessoas nas organizações: o talento humano na sociedade da informação. São Paulo: Atlas, 2014. (Minha Biblioteca).

CHIAVENATO, I. Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4.ed. Barueri: Manole, 2014. (Minha Biblioteca).

MÓSCA, H. M. B. et al. Gestão de pessoas nas organizações contemporâneas. Rio de Janeiro: LTC, 2014. (Minha Biblioteca).

HUMAN AND SOCIAL STUDIES. 2012-. ISSN: 2285-5920, 2286-3265. Sociology. [EBSCO Host].

HUMAN RESOURCE PLANNING. 1983-2007. ISSN: 0199-8986. Human Resources. [EBSCO Host].

JOURNAL OF HUMAN RESOURCES. 1966-. ISSN: 0022-166X, 1548-8004. Human Resources, Work. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

ARAUJO, L. C. G. de.; GARCIA, A. A. Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional - edição compacta. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2014. (Minha Biblioteca).

AVONA, M. E. Gestão de pessoas. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2015. (Biblioteca Virtual Kroton).

FIDELIS, G. J. Gestão de pessoas: estrutura, processos e estratégias empresariais. São Paulo: Érica, 2014. (Minha Biblioteca).

HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT INTERNATIONAL. 1998-. ISSN: 1367-8868, 1469-8374. Human Resources. [EBSCO Host].

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT REVIEW. 1991-2001. ISSN: 1053-4822, 1873-7889. Human Resources. [EBSCO Host].

REVISTA BRASILEIRA DE CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO HUMANO. 2012-. ISSN: 0104-1282, 2175-3598. Social Sciences & Humanities (General). [EBSCO Host].

Projeto: 2º SEMESTRE 2020 (2020/2)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 2º SEMESTRE

Disciplina: 5ADM0997 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Carga Horária: 80

Coordenador: ELIANE ZANONI

Estratégia Empresarial. Análise e Diagnóstico do Ambiente e Objetivos Organizacionais. Formulação da Estratégia e Posicionamento. Implementação e Controle do Planejamento Estratégico.

Objetivos

Geral

Compreender cada uma das etapas que compõem o processo do planejamento estratégico com o apoio de ferramentas de gestão a fim de que o processo de planejamento estratégico possa ser implantado na organização.

Específicos

- Analisar os aspectos relacionados à criação de valor e vantagem competitiva, bem como as etapas do processo de planejamento estratégico.
- Conhecer os aspectos da estratégia empresarial e da análise e diagnóstico dos ambientes externo e interno de uma organização.
- Entender as técnicas para formulação de estratégias, implantação e controle do planejamento estratégico.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Estratégia Empresarial

Evolução do conceito de estratégia: principais escolas e pensadores de estratégia; níveis de estratégia na organização; processo do planejamento estratégico; diretrizes estratégicas: missão, visão, valores.

Unidade 2 - Análise e diagnóstico do ambiente e objetivos organizacionais

Análise do ambiente geral do setor; análise do ambiente interno; diagnóstico dos ambientes externo e interno; definição de cenários; definição dos objetivos organizacionais.

Unidade 3 - Formulação da estratégia e posicionamento

Estratégias genéricas; estratégias competitivas; estratégias de inovação e características estruturais da inovação; estratégias baseadas no conhecimento e learning organization.

Unidade 4 - Implementação e controle do planejamento estratégico

A estrutura e a cultura organizacional na implementação da estratégia; plano de ação e comunicação; Balanced scorecard; mapa estratégico.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações de para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem para desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por dezesseis questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre e apresentada posteriormente em período determinado. A elaboração da Produção Textual, corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 3000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades.

Bibliografia Básica

ANDRADE, A. R. de. Planejamento estratégico: formulação, implementação e controle. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2016. (Minha Biblioteca).

MÜLLER, C. J. Planejamento estratégico, indicadores e processos: uma integração necessária. São Paulo: Atlas, 2014. (Minha Biblioteca).

OLIVEIRA, D. de P. R. de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 33.ed. São Paulo: Atlas, 2015. (Minha Biblioteca).

REVISTA IBERO-AMERICANA DE ESTRATÉGIA. 2011-. ISSN: 2176-0756. Business (General). [EBSCO Host].

STRATEGIC STUDIES. 2007-. ISSN: 1029-0990, 1811-9557. Military History & Science. [EBSCO Host].

STRATEGIC STUDIES QUARTELY. 2007-. ISSN: 1936-1815, 1936-1823. Military History & Science. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

NEIS, D.; PEREIRA, M. F. P. Planejamento estratégico: a contribuição da estrutura organizacional para o processo de implementação da estratégia - Volume 4. São Paulo: Atlas, 2015. (Minha Biblioteca).

PINTO, L. F. G. Planejamento estratégico. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016. (Biblioteca Virtual Kroton).

REZENDE, D. A. Planejamento estratégico público ou privado: guia para projetos em organizações de governo ou de negócios. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2015. (Minha Biblioteca).

GESTIÓN Y ESTRATEGIA. 1991-. ISSN: 0188-8234. Management. [EBSCO Host].

RAC. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA. 2007-. ISSN: 1415-6555, 1982-7849. Management. [EBSCO Host].

STRATEGIC MANAGEMENT REVIEW. 2007-2014. ISSN: 1930-4560. Business (General). [EBSCO Host].

Projeto: 2º SEMESTRE 2020 (2020/2)

Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING

Semestre: 2º SEMESTRE

Disciplina: 5AMB0034 RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

Carga Horária: 80

Coordenador: ELIANE ZANONI

Crises Ambiental e Social e o Desenvolvimento Sustentável. Contradições do Desenvolvimento Sustentável e a Abordagem Ecológica e Social. Políticas Socioambientais e a Gestão Corporativa. Alternativas Socioambientais.

Objetivos

Geral:

Despertar a conscientização da necessidade das empresas se envolverem com as questões socioambientais, enquanto possibilidade da preservação das condições mínimas para a continuidade da espécie humana, da fauna, da flora e dos recursos naturais com vistas a um futuro sustentável e harmônico.

Específicos:

Conhecer os principais problemas socioambientais e as contribuições dos movimentos ecológicos e sociais.

Analisar as principais políticas voltadas à Responsabilidade Social e Ambiental.

Perceber os reflexos advindos das empresas por seus compromissos socioambientais.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Crise ambiental e social e o desenvolvimento sustentável

Crises ambientais no Brasil e no mundo; crise social e ética: paradigma econômico, social e ambiental; desenvolvimento sustentável e sustentabilidade; ONGs e organismos internacionais x interesses econômicos e políticos do Estado.

Unidade 2 - Contradições do desenvolvimento sustentável e a abordagem ecológica e social

Movimentos em defesa do meio ambiente; governança corporativa e responsabilidade social empresarial; meio ambiente na perspectiva da triangulação dos interesses: lucro, produção em massa e meio de produção; sociedade de consumo: sociedade de risco.

Unidade 3 - Políticas socioambientais e a gestão corporativa

Políticas públicas ambientais; ecomarxismo; ecossocialismo; indicadores de sustentabilidade; tecnologias para gestão ambiental.

Unidade 4 - Alternativas socioambientais

Negócios sociais; economia solidária, colaborativa e criativa; aspectos relevantes da educação ambiental; responsabilidade socioambiental e consumo consciente.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações de para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem para desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por dezesseis questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre e apresentada posteriormente em período determinado. A elaboração da Produção Textual, corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 3000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades.

Bibliografia Básica

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2016. (Minha Biblioteca).

DIAS, R. Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2017. (Minha Biblioteca).

TACHIZAWA, T. Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2015. (Minha Biblioteca).

MANAGEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT. 2013-. ISSN: 2066-9380, 2247-0220. Social Sciences & Humanities. [EBSCO Host].

SURVEYS AND PERSPECTIVES INTEGRATING ENVIRONMENT AND SOCIETY (SAPIENS). 2008-2015. ISSN: 1993-3800, 1993-3819. Social Sciences & Humanities (General). [EBSCO Host].

SUSTAINABILITY: science, practice & policy. 2005-. ISSN: 1548-7733. Science (General). [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

ALENCASTRO, M. S. C. Ética empresarial na prática: liderança, gestão e responsabilidade corporativa. 2. ed. Curitiba: InterSaberes, 2016. (Biblioteca Virtual 3.0).

DELBONO, B. de F. Responsabilidade social e ambiental. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016. (Biblioteca Virtual Kroton).

DIAS, R. Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios. São Paulo: Atlas, 2014. (Minha Biblioteca).

AFRICAN JOURNAL OF BUSINESS ETHICS. 2008-2016. ISSN: 1817-7417, 0976-3600. Management. [EBSCO Host].

COASTAL MANAGEMENT: an international journal of marine environment, resources, law, and society. 1999. ISSN: 0892-0753, 1521-0421. Conservation Biology. [EBSCO Host].

INTERNATIONAL REVIEW FOR ENVIRONMENTAL STRATEGIES. 2000-2007. ISSN: 1345-7594. Environmental Sciences. [EBSCO Host].

Projeto: 2º SEMESTRE 2020 (2020/2)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 2º SEMESTRE

Disciplina: 5EDI0101 ED - INTERPRETAÇÃO DE TEXTOS

Carga Horária: 10

Coordenador: ELIANE ZANONI

Leitura e Tipos de conhecimentos necessários à leitura. Texto e contexto. Fatores de textualidade. Sentido denotativo e sentido conotativo. Gêneros Textuais e Tipos Textuais. Leitura e interpretação de gêneros narrativos, expositivos e argumentativos. Leitura e interpretação de gêneros textuais digitais. Leitura e interpretação de diferentes linguagens Coesão e coerência textual. Metarregras da coerência. Informações implícitas no texto e análise do discurso.

Objetivos

Geral: Possibilitar ao aluno desenvolver o conjunto de habilidades relacionadas ao entendimento da língua portuguesa como instrumento essencial para a compreensão e interpretação dos textos.

Específicos:

- Propiciar situações que permitam ao aluno a caracterização de textos a partir de sua funcionalidade.
- Desenvolver competências de leitura e produção de textos a partir do estudo de aspectos fundamentais que constituem os diferentes gêneros textuais.
- Oportunizar situações para que o aluno possa rever e refletir sobre sua escrita, exercitando atividades de análise, crítica e reelaboração.

Conteúdo Programático

1. Lista de exercício 1: Leitura e Tipos de conhecimentos necessários à leitura. Texto e contexto. Fatores de textualidade. Sentido denotativo e sentido conotativo.
2. Lista de exercício 2: Gêneros Textuais e Tipos Textuais.
3. Lista de exercício 3: Leitura e interpretação de gêneros narrativos, expositivos e argumentativos.
4. Lista de exercício 4: Leitura e interpretação de diferentes linguagens. Leitura e interpretação de gêneros textuais digitais.
5. Lista de exercício 5: Coesão e coerência textual: referência, sequenciamento, tipos de coerência. Metarregras da coerência.
6. Lista de exercício 6: Informações implícitas no texto e análise do discurso: enunciado, enunciação. Ideologia, práticas sociais e discursivas.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações de para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem para desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, para as disciplinas de Estudos Dirigidos, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 11.000 pontos na média final da disciplina.

II - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Estudo do Conteúdo Web e Avaliações Virtuais, que corresponde a 1000 pontos na média final da disciplina.

Bibliografia Básica

Livros:

KOCH, Ingedore Villaça. O texto e a construção dos sentidos. 10. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. Ler e compreender: os sentidos do texto. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

WACHOWICZ, Teresa Cristina. Análise linguística nos gêneros textuais. Curitiba: InterSaberes, 2012.

Periódicos:

Alfa - Revista de Linguística. Araraquara: Universidade Estadual Paulista, 1962 - ISSN 1981-5794. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa>.

Delta: Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2011 - ISSN 1678-460X. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/delta>.

Revista Brasileira de Linguística Aplicada. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2001 - ISSN 1984-6398. Disponível em: <http://periodicos.letras.ufmg.br/index.php/rbla>.

Bibliografia Complementar

Livros:

BRODBECK, Jane Thompson; COSTA, Antônio José Henriques; CORREA, Vanessa Loureiro. Estratégias de leitura em língua portuguesa. Curitiba: InterSaberes, 2012.

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. Para entender o texto: leitura e redação. 17. ed. São Paulo: Ática, 2007.

MARTHA, Aline Áurea Penteadó; AGUIAR, Vera Teixeira de. Leitura e escrita no ciberespaço. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015.

Periódicos:

Revista de Estudos da Linguagem. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 1992 - e-ISSN 2237-2083. Disponível em: <http://periodicos.letras.ufmg.br/index.php/relin>.

Revista Linguagem & Ensino. Pelotas: Universidade Federal de Pelotas, 1999 - ISSN 1983-2400. Disponível em: <http://www.rle.ucpel.tche.br/index.php/rle>.

Todas as Letras: Revista de Língua e Literatura. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 1999 - ISSN 1980-6914. Disponível em: <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/tl>.

Projeto: 2º SEMESTRE 2020 (2020/2)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 2º SEMESTRE

Disciplina: 5MAT0331 MATEMÁTICA FINANCEIRA

Carga Horária: 80

Coordenador: ELIANE ZANONI

Juros e parcelamentos - Conceitos Básicos. Aplicações dos Conceitos Básicos. Análise de Financiamentos. Investimentos.

Objetivos

Geral

Proporcionar aos alunos uma formação básica de Matemática Financeira, levando-os a desenvolver sua criatividade e capacidade de raciocínio para resolver problemas, enfrentar situações do mercado e formar uma visão ampla e científica da realidade.

Específicos

-Utilizar a matemática financeira como uma ferramenta para a tomada de decisões e para o uso cotidiano em geral.

-Conhecer os conceitos, procedimentos e estratégias matemáticas que permitam adquirir uma formação científica geral e avançar em estudos posteriores.

-Identificar e modelar problemas com juros simples e juros compostos, diferenciar as taxas nominal e efetiva, realizar descontos e conseguir trabalhar com parcelamentos e os diversos sistemas de amortização, sabendo os devidos encargos financeiros.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Juros e parcelamentos - conceitos básicos:

Juros simples e taxa equivalente; séries de juros simples; juros compostos e taxa equivalente; séries de juros compostos.

Unidade 2 - Aplicação dos conceitos básicos:

Capital de giro - desconto bancário; desconto bancário com IOF; taxa efetiva e nominal; negociação com juros simples e compostos.

Unidade 3 - Análise de financiamentos:

Valor presente - financiamento; valor presente - financiamento com entrada; valor presente - condições especiais; determinação da taxa de juros do valor presente.

Unidade 4 - Investimento:

Valor futuro - aplicações; determinação da taxa de juros do valor futuro; amortização; conta garantia - cheque especial.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações de para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem para desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por dezesseis questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre e apresentada posteriormente em período determinado. A elaboração da Produção Textual, corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 3000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades.

Bibliografia Básica

ALMEIDA, J. T. S. Matemática financeira. Rio de Janeiro: LTC, 2016. (Minha Biblioteca).

AZEVEDO, G. H. W. Matemática financeira: princípios e aplicações. São Paulo: Saraiva, 2015. (Minha Biblioteca).

OLIVEIRA, G. F. de. Matemática financeira descomplicada. São Paulo: Atlas, 2013. (Minha Biblioteca).

IMA JOURNAL OF MATHEMATICS APPLIED IN BUSINESS AND INDUSTRY. 1996-. ISSN: 0953-0061. Business (General), Mathematics. [EBSCO Host].

JOURNAL OF MATHEMATICAL FINANCE. 2011-. ISSN: 2162-2434, 2162-2442. Banking, Finance & Investing, Mathematics. [EBSCO Host].

MATHEMATICAL FINANCE. 1997-. ISSN: 0960-1627, 1467-9965. Banking, Finance & Investing, Mathematics. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

BRANCO, A. C. C. Matemática financeira aplicada. São Paulo: Cengage Learning, 2015. (Minha Biblioteca).

SANTOS, J. C. Matemática financeira. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016. (Biblioteca Virtual Kroton).

ZOT, W. D.; CASTRO, M. L. Matemática financeira: fundamentos e aplicações. Porto Alegre: Bookman, 2015. (Minha Biblioteca).

FINANCIAL INNOVATION. 2015-. ISSN: 2199-4730. [EBSCO Host].

FINANCIAL PLANNING. 1998-. ISSN: 0746-7915. [EBSCO Host].

OPERATIONS RESEARCH. 1956-. ISSN: 0030-364X, 1526-5463. Computer Science, Mathematics. [EBSCO Host].

Projeto: 2º SEMESTRE 2020 (2020/2)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 2º SEMESTRE

Disciplina: 5SOC0408 METODOLOGIA CIENTÍFICA

Carga Horária: 80

Coordenador: ELIANE ZANONI

Cientificidade do Conhecimento. Tipos de Produção Científica. Projeto de Pesquisa. Normas e Padronização científica

Objetivos

Geral

Compreender as fontes de conhecimento, da pesquisa, os tipos de produção científica e o uso das informações necessárias à vida acadêmica e à atuação profissional.

Específico

-Evidenciar o que é conhecimento, seus tipos, como ele é produzido e as formas desenvolvidas em sua relação com as transformações sociais.

-Conhecer o processo de pesquisa como uma das ferramentas de produção do conhecimento, bem como resumos, resenha na vida acadêmica e nas práticas profissionais.

-Aplicar adequadamente as normas para elaboração de artigos científicos, trabalhos científicos, relatórios de pesquisa destinados à publicação em conformidade com os requisitos científicos.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Cientificidade do conhecimento

Critérios da cientificidade na construção do conhecimento; tipos de conhecimento: senso comum; tipos de conhecimento: filosófico; tipos de conhecimento: científico.

Unidade 2 - Tipos de produção científica

Pesquisa: conceituação; o processo de pesquisa como uma das ferramentas de produção do conhecimento; fichamento: conceituação, característica e tipos; resumos e resenhas: conceituação, características e tipos.

Unidade 3 - Projeto de pesquisa

Principais abordagens; projeto de pesquisa: conceituação, constituição; pesquisa bibliográfica e documental; projeto de pesquisa: elaboração do projeto de pesquisa.

Unidade 4 - Normas de padronização científica

Formato acadêmico, conforme as normas; artigo científico: conceituação e elaboração; papers: conceito e elaboração; TCC ou trabalho monográfico - apresentação escrita e oral.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações de para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem para desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por dezesseis questões objetivas.

- II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.
- III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre e apresentada posteriormente em período determinado. A elaboração da Produção Textual, corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.
- IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.
- V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 3000 pontos na média final da disciplina.
- VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades.

Bibliografia Básica

- AZEVEDO, C. B. Metodologia científica ao alcance de todos. 3.ed. Barueri: Manole, 2013. (Minha Biblioteca).
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2019. (Minha Biblioteca).
- MATTAR, J. Metodologia científica na era digital. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2017. (Minha Biblioteca).
- EMPIRIA: REVISTA DE METODOLOGÍA DE CIENCIAS SOCIALES. 2001-. ISSN: 1139-5737, 2174-0682. Sociology. [EBSCO Host].
- INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL RESEARCH METHODOLOGY. 1999-. ISSN: 1364-5579, 1464-5300. Social Sciences & Humanities (General). [EBSCO Host].
- METHODOLOGICAL INNOVATIONS. 2012-2013. ISSN: 2059-7991. Social Sciences & Humanities (General). [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

- APPOLINÁRIO, F. Metodologia científica. São Paulo: Cengage, 2016. (Minha Biblioteca).
- APPOLINÁRIO, F.; GIL, I. Como escrever um texto científico: teses, dissertações, artigos e TCC. São Paulo: Trevisan Editora Universitária, 2013. (Minha Biblioteca).
- BASTOS, M. C. P.; FERREIRA, D. V. Metodologia científica. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016. (Biblioteca Virtual Kroton).
- JOURNAL OF CASE RESEARCH. 2010-. ISSN: 0976-108X. Management. [EBSCO Host].
- SOCIAL METHODOLOGY (WILEY). 1969-2011. ISSN: 0081-1750, 1467-9531. Sociology. [EBSCO Host].
- SURVEY RESEARCH METHODS. 2007-. ISSN: 1864-3361. Research Methodology. [EBSCO Host].

Projeto: 1º SEMESTRE 2021 (2021/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 3º SEMESTRE
Disciplina: 5EDI0120 ED - GRAMÁTICA
Carga Horária: 10
Coordenador: ELIANE ZANONI

Conceitos essenciais de morfologia (classes de palavras variáveis e invariáveis); Conceitos essenciais de sintaxe (períodos compostos); conceitos essenciais de semântica (fenômenos semânticos); Norma e uso da língua.

Objetivos

Objetivo Geral:

- Explorar os conceitos essenciais da morfologia, da sintaxe e da semântica assim como a norma e uso da língua.

Objetivos Específicos:

- Compreender as especificidades das classes de palavras variáveis e invariáveis e os processos de seleção e combinação das palavras na construção de enunciados.

- Conhecer as estruturas sintáticas complexas (orações e períodos) e o modo de relação entre elas e os diferentes efeitos de sentido decorrentes das relações estabelecidas entre as palavras.

- Entender a forma, a grafia e as regras de uso de palavras e expressões da Língua Portuguesa.

Conteúdo Programático

Lista 1

-Substantivos e adjetivos (flexões de gênero, número e grau);

-Artigos (flexões e valor intensificador);

-Advérbios (circunstâncias expressas);

-Preposições (classificação, combinação e contração);

-Regência verbal e regência nominal (regras gerais);

-Conjunções (classificação - coordenativas e subordinativas);

-Pontuação (sinais gráficos).

Lista 2

-Pronomes (pessoais, de tratamento, possessivos, demonstrativos, relativos);

-Verbos (regulares e irregulares, correlação entre tempos verbais);

-Concordância verbal e nominal (regras gerais).

Lista 3

-Período composto por coordenação (orações coordenadas sindéticas e assindéticas);

-Período composto por subordinação (orações subordinadas substantivas, adjetivas e adverbiais);

-Pontuação nos períodos compostos.

Lista 4

-Sinonímia e antonímia;

-Hiperonímia e hiponímia;

-Paronímia e homonímia.

Lista 5

-Noções gerais de ortografia;

-Regras gerais do Novo Acordo Ortográfico;

-Acentuação e uso do hífen.

Lista 6

-Dificuldades gerais da língua portuguesa;

-Uso dos porquês;

-Uso de palavras/expressões semelhantes (mas x mais; mal x mau; onde x aonde; afim x a fim; etc.)

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações de para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem para desenvolver as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade EaD, para as disciplinas de Estudos Dirigidos, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 11.000 pontos na média final da disciplina.

II - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Estudo do Conteúdo Web e Avaliações Virtuais, que corresponde a 1000 pontos na média final da disciplina.

Bibliografia Básica

Livros:

CASTILHO, Ataliba Teixeira de; ELIAS, Vanda Maria. Pequena gramática do português brasileiro. São Paulo: Contexto, 2012.

CUNHA, Celso; CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. 7. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2017.

HENRIQUES, Tânia Dutra. Português contemporâneo: atualização, concursos, gramática e redação, teoria e prática, dicas preciosas, gabarito. Petrópolis: Vozes, 2014.

Periódicos:

Alfa - Revista de Linguística. Araraquara: Universidade Estadual Paulista, 1962 - ISSN 1981-5794. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa>.

Delta: Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2011 - ISSN 1678-460X. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/delta>.

Revista Brasileira de Linguística Aplicada. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2001 - ISSN 1984-6398. Disponível em: <http://periodicos.letras.ufmg.br/index.php/rbla>.

Bibliografia Complementar

Livros:

ILARI, Rodolfo. Introdução ao estudo do léxico: brincando com as palavras. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

ILARI, Rodolfo. Introdução à semântica: brincando com a gramática. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

PEREIRA, Cilene da Cunha; SILVA, Edila Vianna da; ANGELIM, Regina Célia Cabral. Dúvidas em português nunca mais. 3. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2012.

Periódicos:

Revista de Estudos da Linguagem. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 1992 - e-ISSN 2237-2083. Disponível em: <http://periodicos.letras.ufmg.br/index.php/relin>.

Revista Linguagem & Ensino. Pelotas: Universidade Federal de Pelotas, 1999 - ISSN 1983-2400. Disponível em: <http://www.rle.ucpel.tche.br/index.php/rle>.

Todas as Letras: Revista de Língua e Literatura. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 1999 - ISSN 1980-6914. Disponível em: <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/tl>.

Projeto: 1º SEMESTRE 2021 (2021/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 3º SEMESTRE

Disciplina: 5MKT0297 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Carga Horária: 80

Coordenador: ELIANE ZANONI

Considerações básicas para o estudo do Comportamento do Consumidor. Influências psicológicas no consumo. Fatores socioculturais do consumo. Comportamento de compra.

Objetivos

Objetivo Geral:

Compreender o complexo processo de compra do consumidor, a partir da reflexão sobre as variáveis que interferem no processo decisório do comprador individual e organizacional e saber interpretar as influências psicológicas no consumo, seus fatores socioculturais do consumo e as etapas do comportamento de compra dos consumidores.

Objetivos Específicos:

1. Discutir conceito e teorias do comportamento do consumidor e a sua relação com o marketing estratégico.
2. Incentivar reflexões e discussões sobre o consumo e sociedade.
3. Contribuir ao aluno em termos de utilização dos conhecimentos apreendidos e despertar a continuidade do estudo sobre a disciplina em termos de pesquisa.

Conteúdo Programático

Unidade 1 | Considerações Básicas para o Estudo do Comportamento do Consumidor

Seção 1.1 - Introdução ao estudo do comportamento do consumidor

Seção 1.2 - Motivações do consumidor

Seção 1.3 - Marketing e consumo

Seção 1.4 - Pesquisa sobre comportamento do consumidor

Unidade 2 | Influências psicológicas no consumo

Seção 2.1 - Influências da personalidade no consumo

Seção 2.2 - Aprendizagem do consumidor

Seção 2.3 - Percepção do consumidor

Seção 2.4 - Formação e mudança da atitude do consumidor

Unidade 3 | Fatores socioculturais do consumo

Seção 3.1 - Grupos de referência e líderes de opinião

Seção 3.2 - O Consumo, a cultura e as subculturas

Seção 3.3 - Classes sociais e estilos de vida

Seção 3.4 - Influências Situacionais

Unidade 4 | Comportamento de compra

Seção 4.1 - Processo de decisão de compra

Seção 4.2 - Envolvimento do consumidor e a experiência de compra

Seção 4.3 - Comportamento de compra online

Seção 4.4 - Adoção de novos produtos e serviços

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

(1) Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

(2) Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

(3) Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem, desenvolvendo as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade a distância, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por doze questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre e apresentada posteriormente em período determinado. A elaboração da Produção Textual, corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 1000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades, nos encontros semanais presenciais.

Bibliografia Básica

BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. Comportamento do consumidor. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2016.

MERLO, E.; CERIBELI, H. Comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

HOYER, Wayne D. MACINNIS, Deborah J. Comportamento do consumidor. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

REMARK: REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING. ISSN: 2177-5184. Disponível em: <http://www.revistabrasileirmarketing.org>

RAC - REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA. ISSN: 1415-6566. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/rac>

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO. ISSN: 0080-2107. Disponível em: <http://www.rausp.usp.br/>

Bibliografia Complementar

ANDRADE, Lucas Magalhães. Comportamento do consumidor: um olhar científico sobre como e por que consumimos. Curitiba: Intersaberes, 2020.

FREGNI, Carla Patrícia. Comportamento do consumidor. Londrina : Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.

SAMARA, Beatriz Santos. Comportamento do consumidor: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS. ISSN: 1806-4892. Disponível em: <http://200.169.97.103/seer/index.php/RBGN>

REVISTA GESTÃO ORGANIZACIONAL (RGO). ISSN: 1806-6720. Disponível em:

<http://www.unochapeco.edu.br/>

Revista de Administração da UNIMEP. ISSN: 1679-5350. Disponível em: <http://www.regen.com.br/>

Projeto: 1º SEMESTRE 2021 (2021/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 3º SEMESTRE

Disciplina: 5MKT0298 COMPOSTO MERCADOLÓGICO

Carga Horária: 80

Coordenador: ELIANE ZANONI

Gestão do Produto, Serviços e Marcas. Gerenciamento dos Canais de Venda. Gerenciamento de Preços. Gerenciamento da Comunicação e Promoção.

Objetivos

Objetivo Geral:

1. Compreender o conceito e as principais decisões de marketing, bem como a importância da ação voltada para o mercado como elemento essencial da estratégia da empresa.

Objetivos Específicos:

1. Estudar os quatro elementos do composto de marketing: preço, produto, promoção e praça.
2. Entender os conceitos e princípios básicos de administração de canais de vendas.
3. Diferenciar o conceito de marketing da ferramenta promocional propaganda e aprofundar conceitos de CIM: comunicação integrada de marketing.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Gestão do produto, serviços e marcas:

Definição estratégica do produto;
Desenvolvimento e gerenciamento de serviços;
Relação entre produtos e marcas;
Novos produtos.

Unidade 2 - Gerenciamento dos canais de venda:

Canais de vendas;
Pontos de vendas;
Ações nos pontos de vendas;
E-commerce.

Unidade 3 - Gerenciamento de preços:

O preço como elemento de estratégia empresarial;
Componentes na formação de preços;
Adequação do preço;
Iniciativas e respostas a mudanças de preços.

Unidade 4 - Gerenciamento da comunicação e promoção:

Comunicação de marketing;
Composto mercadológico: propaganda e publicidade;
Promoção de vendas;
Venda pessoal e relações públicas.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

(1) Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

(2) Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em

que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

(3) Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem, desenvolvendo as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade a distância, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por doze questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre e apresentada posteriormente em período determinado. A elaboração da Produção Textual, corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 1000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades, nos encontros semanais presenciais.

Bibliografia Básica

BERNARDI, L. A. Formação de preços: estratégias, custos e resultados. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2017. (Minha Biblioteca).

COBRA, M.; URDAN, A. T. Marketing básico. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2017. (Minha Biblioteca).

LAS CASAS, A. L. Marketing: conceitos, exercícios, casos. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017. (Minha Biblioteca).

JOURNAL OF INTERNATIONAL MARKETING. 1993-. ISSN: 1069-031X, 1547-7215. Marketing. [EBSCO Host].

JOURNAL OF MARKETING RESEARCH. 1964-. ISSN: 0022-2437, 1547-7193. Marketing. [EBSCO Host].

JOURNAL OF PUBLIC RELATIONS RESEARCH. 1992-. ISSN: 1062-726X, 1532-754X. Marketing. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

BELCH, G E.; BELCH, M. A. Propaganda e promoção: uma perspectiva da comunicação integrada de marketing. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. (Minha Biblioteca).

LADEIRA, W.; SANTINI, F. Merchandising e promoção de vendas: como os conceitos modernos estão sendo aplicados no varejo físico e na internet. São Paulo: Atlas, 2018. (Minha Biblioteca).

MICCOLI, R. R. B.; CAMPOS, M. I. de. Composto mercadológico. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A, 2016. (Biblioteca Virtual Kroton).

ADVERTISING AGE. 1996-. ISSN: 0001-8899, 1557-7414. Marketing. [EBSCO Host].

JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT. 1985-. ISSN: 0267-257X, 1472-1376. Marketing Management. [EBSCO Host].

REMark: REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING. 2013-. ISSN: 2177-5184. Management. [EBSCO Host].

Projeto: 1º SEMESTRE 2021 (2021/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 3º SEMESTRE

Disciplina: 5MKT0299 MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Carga Horária: 80

Coordenador: ELIANE ZANONI

Gestão de produtos; Gestão de Serviços; Precificação de produtos e serviços; Branding.

Objetivos

Objetivo Geral:

1. Conhecer a aplicabilidade e as técnicas e métodos de Marketing de Produtos e Serviços.

Objetivos Específicos:

1. Conhecer as técnicas de gestão de demanda para gestão de produtos e serviços.
2. Aplicar os conceitos de segmentação de mercado para escolha eficaz de público-alvo.
3. Identificar as técnicas de gestão de demanda para gestão de produtos e serviços.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Gestão de produtos
Seção 1.1 - Introdução à gestão de produtos
Seção 1.2 - Segmentação
Seção 1.3 - Posicionamento
Seção 1.4 - Distribuição e promoção de produtos
Unidade 2 - Gestão de Serviços
Seção 2.1 | Definição de serviços em marketing
Seção 2.2 | Posicionamento e segmentação de serviços
Seção 2.3 | Distribuição e promoção de serviços
Seção 2.4 | Criando produtos que são serviços
Unidade 3 - Precificação de produtos e serviços
Seção 3.1 - Introdução à formação de preços
Seção 3.2 - Métodos de custeio
Seção 3.3 - Políticas de preço
Seção 3.4 - Formação de preço de venda de produtos e serviços
Unidade 4 - Branding
Seção 4.1 - Introdução ao branding
Seção 4.2 - Gestão de marcas
Seção 4.3 - Avaliando a performance das marcas
Seção 4.4 - Criando marcas de valor

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

(1) Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

(2) Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

(3) Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem, desenvolvendo as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade a distância, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por doze questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre e apresentada posteriormente em período determinado. A elaboração da Produção Textual, corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 1000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades, nos encontros semanais presenciais.

Bibliografia Básica

COBRA, MARCOS. URDAN, André. Marketing Básico. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2017. (Minha Biblioteca)

KOTLER, Philip. KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education, 2012. (Biblioteca Virtual 3.0)

LOVELOCK, Cristopher. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. (Biblioteca Virtual 3.0)

MARKETING. Business Source Premier. ISSN: 2334-8364 (online) ISSN: 0354-3471 (print). [EBSCO HOST]

JOURNAL OF MARKETING RESEARCH. Sage Publication. ISSN: 1547-7193 (online) ISSN: 0022-2437 (print) [EBSCO HOST]

MANAGEMENT & MARKETING JOURNAL. ISSN: 2068-9667 (online). ISSN: 1841-2416 (print). [EBSCO HOST]

Bibliografia Complementar

CARVALHO, Lilian Soares Pereira. Marketing de produtos e serviços. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016. (Minha Biblioteca)

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. Princípios de Marketing de Serviços: Conceitos, Estratégias e Casos. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016. (Minha Biblioteca)

LAS CASAS. Marketing: conceitos, exercícios, casos. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017. (Minha Biblioteca)

INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKETING, COMMUNICATION AND NEW MIDIA. ISSN: 2182-9306 (online) [EBSCO HOST]

JOURNAL OF INTERNATIONAL MARKETING. Business Source Premier. ISSN:1547-7215 (online) ISSN: 1069-031X (print) [EBSCO HOST]

JOURNAL OF THE ACADEMY OF MARKETING SCIENCE. ISSN: 1552-7824 (online)ISSN: 0092-0703 (print) [EBSCO HOST]

Projeto: 1º SEMESTRE 2021 (2021/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 3º SEMESTRE

Disciplina: 5MKT0300 PLANEJAMENTO E INTELIGÊNCIA DE MARKETING

Carga Horária: 80

Coordenador: ELIANE ZANONI

Análise Ambiental e de Mercado. Comportamento do Consumidor. Planejamento e Inteligência de Marketing. Sistema de Informação de Marketing. Métricas de Marketing.

Objetivos

Objetivo Geral:

1. Compreender os aspectos relacionados ao planejamento e inteligência de marketing sob a perspectiva da avaliação de oportunidades e do uso dos recursos de marketing visando o alcance de melhores resultados no mundo corporativo.

Objetivos Específicos:

1. Analisar os aspectos ambientais e de mercado, bem como o comportamento e o estilo de vida do consumidor, a cultura de consumo e a tomada de decisão, nos ambientes on-line e off-line.

2. Conhecer os procedimentos para a elaboração de uma análise ambiental e de mercado a partir das ferramentas de gestão, do Sistema de Informação de Marketing (SIM) e de seus subsistemas que auxiliam a tomada de decisão empresarial.

3. Conhecer a aplicabilidade das métricas de marketing (de marca e de mercado, financeiras, de clientes e de comunicação - mídia e web) para que os gestores possam mensurar os resultados das ações de marketing na empresa.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Análise ambiental e de mercado

Seção 1.1 - Análise PEST - política, econômica, social e tecnológica

Seção 1.2 - Modelo de Porter

Seção 1.3 - Modelo baseado em recursos

Seção 1.4 - Ferramentas adicionais: matrizes BCG, Ansoff e GE

Unidade 2 - Comportamento do consumidor

Seção 2.1 - Tomada de decisão do consumidor

Seção 2.2 - Cultura do consumo

Seção 2.3 - Estilo de vida do consumidor

Seção 2.4 - Comportamento do consumidor on-line

Unidade 3 - Sistema de informação de marketing

Seção 3.1 - Sistemas de informação de marketing

Seção 3.2 - Visão geral de pesquisa de mercado

Seção 3.3 - Big data e informações on-line

Seção 3.4 - CRM - Customer Relationship Management

Unidade 4 - Métricas de marketing

Seção 4.1 - Métricas de marca e mercado

Seção 4.2 - Métricas financeiras em marketing

Seção 4.3 - Métricas de clientes

Seção 4.4 - Métricas de mídia e web.

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

(1) Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

(2) Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em

que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

(3) Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem, desenvolvendo as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade a distância, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por doze questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre e apresentada posteriormente em período determinado. A elaboração da Produção Textual, corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 1000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades, nos encontros semanais presenciais.

Bibliografia Básica

MORAIS, F. Planejamento estratégico digital. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. (Minha Biblioteca).

RÉVILLION, A. S. P. et al. Marketing digital. Porto Alegre: SAGAH, 2019. (Minha Biblioteca).

RODRIGUES, A. (org.). Métricas de marketing. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016. (Biblioteca Virtual 3.0)

JOURNAL OF MARKETING. 1936-. ISSN: 0022-2429, 1547-7185. Marketing. [EBSCO Host].

JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT. 1985-. ISSN: 0267-257X, 1472-1376. Marketing Management. [EBSCO Host].

MARKETING SCIENCE. 1982-. ISSN: 0732-2399, 1526-548X. Marketing. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

FARIA, P. S.; BORGES, L. G. N. L. Planejamento e inteligência de marketing. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016. (Biblioteca Virtual Kroton).

PRIDE, W. M.; FERREL, O. C. Fundamentos de marketing. São Paulo: Cengage Learning, 2015. (Minha Biblioteca).

WOOD, M. B. Planejamento de marketing. São Paulo: Saraiva, 2015. (Minha Biblioteca).

JOURNAL OF MARKETING RESEARCH. 1964-. ISSN: 0022-2437, 1547-7193. Marketing. [EBSCO Host].

JOURNAL OF STRATEGIC MARKETING. 1993-. ISSN: 0965-254X, 1466-4488. Management. [EBSCO Host].

REMark: REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING. 2013-. ISSN: 2177-5184. Management. [EBSCO Host].

Projeto: 1º SEMESTRE 2021 (2021/1)
Curso: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING
Semestre: 3º SEMESTRE

Disciplina: 5MKT0301 PESQUISA MERCADOLÓGICA

Carga Horária: 80

Coordenador: ELIANE ZANONI

Métodos e Tipos de Pesquisa Mercadológica. Coleta de Dados em Pesquisa Mercadológica. Pesquisa Mercadológica: Planejamento, Execução e Análise de Resultados. Tendências em Pesquisa Mercadológica.

Objetivos

Objetivo Geral:

Compreender a importância da pesquisa mercadológica para o desenvolvimento das organizações, bem como conhecer as etapas do processo de realização de pesquisas.

Objetivos Específicos:

Conhecer os principais tipos de pesquisa mercadológica.

Conhecer os principais métodos de coleta de dados em pesquisa mercadológica, visando à eficácia na obtenção de dados de pesquisa.

Compreender as principais características de cada uma das etapas do processo de pesquisa mercadológica.

Conteúdo Programático

Unidade 1 - Métodos e tipos de pesquisa mercadológica

Introdução à pesquisa mercadológica

Tipos de pesquisa mercadológica

Tipos de pesquisa mercadológica, fontes e métodos de levantamento de dados

Métodos de comunicação e observação em pesquisa

Unidade 2 - Coleta de dados em pesquisa mercadológica

Erros frequentes em pesquisa mercadológica

Medidas e escalas em pesquisa mercadológica

Amostragem não probabilística em pesquisa mercadológica

Amostragem probabilística em pesquisa mercadológica

Unidade 3 - Pesquisa mercadológica: planejamento, execução e análise de resultados

Planejamento da pesquisa mercadológica

Tabulação de dados em pesquisa mercadológica

Análise de resultados em pesquisa mercadológica

Relatório de resultados em pesquisa mercadológica

Unidade 4 - Tendências em pesquisa mercadológica

Pesquisa de potencial de mercado

Pesquisas de perfil do consumidor

Pesquisas de desenho do produto

Pesquisas de satisfação do consumidor

Procedimentos Metodológico

O processo de ensino e de aprendizagem é conduzido por meio da aplicação do conceito de Aula Invertida, compreendendo três momentos didáticos a saber:

(1) Pré-aula, momento que antecede a Aula Mediada (teleaula), tendo por objetivos desafiar, incentivar e estimular o aluno para a aprendizagem, por meio de proposições via Conteúdo Web, livro didático, fóruns de discussão, objetos de aprendizagem, textos ou outros recursos que o professor julgar relevantes.

(2) Aula mediada, momento em que são desenvolvidas atividades relacionadas com situações-problema do cotidiano profissional, momento em que as trocas de experiências e conhecimentos são estimuladas.

(3) Pós-aula, momento destinado à realização de atividades e de proposição de novos desafios, sendo essas em mediações realizadas via fórum, a fim de despertar os alunos para novas aprendizagens.

A metodologia adotada, em consonância com o modelo acadêmico, promove ações para favorecer o processo de ensino e de aprendizagem, desenvolvendo as competências e habilidades necessárias para a formação profissional de seus alunos.

Sistema de Avaliação

O sistema de avaliação adotado nos cursos de graduação, ofertados na modalidade a distância, visa avaliar o desempenho e desenvolvimento das competências necessárias, sendo composto por:

I. Prova por disciplina, aplicada presencialmente, com valor de 5000 pontos na média final da disciplina. As Provas presenciais são realizadas individualmente e compostas por doze questões objetivas.

II. Avaliações Virtuais - Avaliações realizadas no decorrer do semestre, no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1500 pontos na média final da disciplina.

III. Produção Textual Interdisciplinar - Atividade realizada ao longo do semestre e apresentada posteriormente em período determinado. A elaboração da Produção Textual, corresponde a 3500 pontos na média final da disciplina.

IV - Fórum de Discussões - Atividade que se destina a interação dos estudantes, sendo desenvolvida no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, correspondendo a 1000 pontos na média final da disciplina.

V - Engajamento - Corresponde a pontuação atribuída para realização de atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA - COLABORAR, sendo elas: Pré aula; Assistir/Rever Tele aula; Pós aula; Estudo do Conteúdo Web; Avaliações Virtuais e; Fórum de Discussões, que corresponde a 1000 pontos na média final da disciplina.

VI - Frequência mínima de 50% em teleaulas e aulas-atividades, nos encontros semanais presenciais.

Bibliografia Básica

AOKI, R. M., Pesquisa Operacional: simulação. Londrina. Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2018

CASSIO, J. M. Pesquisa Mercadológica. Londrina. Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016

DIEHL A., TATIM D. C., Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

REVISTA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO CIENTÍFICA. 2010 - ISSN: 2179-684X. Management. [EBSCO Host]

RAC. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA. 2007-. ISSN: 1415-6555, 1982-7849. Management. [EBSCO Host].

RAUSP MANAGEMENT JOURNAL. 2018-. ISSN: 2531-0488. Management. [EBSCO Host].

Bibliografia Complementar

SAMARA, B. S., BARROS, J. C., Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia. 4ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SHIRAIISHI G., Pesquisa de Marketing - São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

TAHA, H., Pesquisa Operacional: uma visão geral. 8ª Ed. - São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS EM REVISTA. 2002 - ISSN: 1676-9457. Management. [EBSCO Host].

INFORMATION MANAGEMENT JOURNAL. 1999-. ISSN: 1535-2897, 2155-3505. Management. [EBSCO Host].

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS. 1961-. ISSN: 0034-7590, 2178-938X. Management. [EBSCO Host].